

ปัจจัยธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และการสร้างรายได้เปรียบ  
ทางการแข่งขันที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด  
THE EFFECT OF BUSINESS FACTORS, ENTREPRENEUR  
CHARACTERISTICS AND COMPETITIVE STRATEGIES  
ON THE SUCCESS OF COFFEE SHOP BUSINESS

สุขใจ จันทมาส

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด (2) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดและ (3) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรคือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า (1) ผู้ประกอบการที่มีอายุและรายได้ต่อเดือนของธุรกิจแตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน (2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการประกอบด้วย ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใส่ใจในความสำเร็จ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตกรุงเทพมหานคร (3) กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำและกลยุทธ์มุ่งจุดสนใจ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการทั้งในด้าน

คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดต่อไปในอนาคต

**คำสำคัญ:** ปัจจัยด้านธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันความสำเร็จ ธุรกิจร้านกาแฟสด

### ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study business factors affecting the success of coffee shop business, (2) to study entrepreneurial factors affecting coffee shop business success, and (3) To study the competitive advantage strategy that affects the success of the coffee shop business.

This research was a quantitative research. The population was coffee shop operators in Bangkok. The exact number of the population is unknown. A sample of 400 people was used by purposive random sampling. The questionnaire was used as a tool for collecting data. The statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. One-way analysis of variance and multiple regression analysis

Major Findings: (1) entrepreneurs with different ages and monthly income of businesses. Affecting the success of the coffee shop business in Bangkok is no different. (2) Characteristics of the entrepreneur consisting of individuality innovation venture Consistency management and pursuit mind to learn and passion for success affect the success of the business Operators with operator attributes aspect of self innovation risk-taking Consistency and focus mind to learn and passion mind of success Affecting the success of the coffee shop business in Bangkok (3) Strategies for creating competitive advantages include differentiation strategies. Low Cost Leadership Strategy and Focus Strategies Affecting the success of the coffee shop business in Bangkok The results of this research can be used as a guideline for the development of entrepreneurs in terms of characteristics of entrepreneurs and strategies for creating competitive advantages that affect the success of the coffee shop business in the future.

**Keywords:** Business Factors Entrepreneurial Characteristics Competitive Advantage Strategies Success Coffee Shop Business

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ร้านกาแฟ ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจในพื้นที่ของนักลงทุนหน้าใหม่และนักลงทุนรายใหญ่ของประเทศไทยในปัจจุบัน ซึ่งเห็นได้จากช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ร้านกาแฟในหลายรูปแบบ มีมากขึ้นทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและแทบทุกจังหวัดทั่วประเทศ โดยเฉพาะหัวเมืองใหญ่ และจังหวัดที่ขึ้นชื่อในเรื่องการท่องเที่ยว แต่ในทางกลับกัน ธุรกิจร้านกาแฟก็ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ทำหายความสามารถของนักลงทุนเนื่องจากมีปัจจัยทางการตลาดในหลาย ๆ ด้าน ที่มีส่วนสำคัญทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือไม่ประสบความสำเร็จ เช่น ร้านกาแฟบางร้านตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายที่มีเงินลงทุนไม่มากนักจำเป็นต้องปิดตัวลง แต่สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งนั้นคือ สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันของเมืองไทยอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ดีนัก

แนวโน้มคาดว่าตลาดธุรกิจร้านกาแฟเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในอัตราร้อยละ 5.3 ต่อปี โดยจะมีมูลค่า 35,020 ล้านบาท ในปี 2565 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากอัตราการบริโภคกาแฟต่อหัวของชาวไทยยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่มีการบริโภคกาแฟสูง ๆ ประกอบกับฐานลูกค้ากว้างขึ้นจากการที่ผู้ดื่มกาแฟมีอายุน้อยลง นอกจากนี้ด้านผู้ประกอบการเองมุ่งเน้นการขยายสาขาเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคในหลายพื้นที่ ควบคู่กับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้เกิดความถี่ในการบริโภค และมีแนวโน้มที่จะเห็นร้านกาแฟรูปแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ควบคู่กับคุณค่าทางอารมณ์และความรู้สึก (Emotional Value) ทำให้ความต้องการบริโภคกาแฟมีความซับซ้อนมากขึ้น

ธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นกิจการที่จำหน่ายกาแฟสด ที่มีวิธีการผลิตและความพิถีพิถันในการคัดสรรคุณภาพของวัตถุดิบ เพื่อให้ได้กาแฟที่มีคุณค่าและเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นอย่างดี โดยผ่านวิธีการชงที่ใช้เครื่องอัดแรงดันกาแฟเป็นเครื่องมือหลัก นอกจากนี้อาจมีเครื่องดื่มอื่น อาหารว่าง ขนมหวาน และสิ่งอำนวยความสะดวกสบายด้านการบริการที่ทันสมัย ส่งมอบให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ธุรกิจร้านกาแฟสดถือเป็นหนึ่งธุรกิจหนึ่งธุรกิจที่มีความสำคัญในภาพรวมทางเศรษฐกิจของภาคอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันธุรกิจร้านกาแฟสดเพิ่มขึ้นเมื่อกลุ่มนักลงทุนขนาดใหญ่ได้ขยายฐานลูกค้าจากการมุ่งจำหน่ายเครื่องดื่มกาแฟสดในตลาด ร้านกาแฟสดที่ผู้บริโภคมักกำลังซื้อสูง มาสู่ลูกค้าตลาดร้านกาแฟระดับย่อยที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดในราคาต่ำ เช่น การเข้ามาลงทุนในตลาดเครื่องดื่มกาแฟสดในประเทศไทยของบริษัท เครื่องดื่มดาวเรืองกรุ๊ป จากประเทศลาวที่ปัจจุบันได้เปิดร้านกาแฟสดในไทย (ฐานเศรษฐกิจ, 2556 : เว็บไซต์)

ธุรกิจร้านกาแฟสดขยายตัวตามแหล่งสถานที่ท่องเที่ยว สถานศึกษา เขตชุมชน และสำนักงาน ก่อให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งนี้ จากแผนนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่งผลทำให้ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเกิดการตื่นตัว ผู้ประกอบการรายย่อยในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น และมีการแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้นตาม จึงก่อให้เกิดการสร้างกลยุทธ์ในรูปแบบที่หลากหลาย การบริหารการขายสมัยใหม่จึงเป็นกระบวนการหนึ่งที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ และสร้างประโยชน์ให้กับธุรกิจร้านกาแฟสดได้ในอนาคต

ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นได้ชี้ให้เห็นถึงอุปสงค์ของกาแฟสดที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ทำให้ความต้องการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคมีมากขึ้น ผนวกกับอุปทานของธุรกิจร้านกาแฟสดที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตามพฤติกรรมของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน ทำให้การแข่งขันภายในตลาดร้านกาแฟสดค่อนข้างสูงและมีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาภายในตลาดเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นโอกาสและความสำคัญจากจุดนี้ว่าการศึกษาถึงปัจจัยหรือตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการเพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสดให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด
2. ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด
3. กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

### ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

ในการศึกษารั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

- 1.1 ปัจจัยด้านธุรกิจ (สุวิทย์ อินเขียน, 2559) และ (สว่างพงษ์ แซ่จิ่ง, 2559)
  - 1.1.1 อายุของธุรกิจ
  - 1.1.2 รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ
- 1.2 คุณลักษณะผู้ประกอบการ (Michael Frese, 2000)
  - 1.2.1 ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy)
  - 1.2.2 ความมีนวัตกรรม (Innovation)
  - 1.2.3 ความกล้าเสี่ยง (Risk taking)
  - 1.2.4 การบริหารจัดการ (Business management)
  - 1.2.5 ความสม่ำเสมอและใฝ่เรียนรู้ (Stability and learning orientation)
  - 1.2.6 ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement orientation)
- 1.3 กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Porter, 2005)
  - 1.3.1 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง
  - 1.3.2 กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน
  - 1.3.3 กลยุทธ์มุ่งจุดสนใจ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จของธุรกิจกาแฟสด (Robert S. Kaplan และ David P. Norton, 1992) ในมุมมอง 4 ด้าน ดังนี้ ด้านลูกค้า ด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโตของธุรกิจ

## 2. ขอบเขตด้านพื้นที่

ประชากรผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดในกรุงเทพมหานคร

## 3. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และมีอายุมากกว่า 18 ปี ขึ้นไปเนื่องจากความหนาแน่นของประชากรในกรุงเทพมหานครมีมากกว่าจังหวัดอื่นในประเทศไทยอย่างเห็นได้ชัด โดยกรุงเทพมหานครมีความหนาแน่นของประชากรคิดเป็นร้อยละ 8.44 ของจำนวนประชากรในประเทศไทย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) ทำให้ลักษณะของอุตสาหกรรมแตกต่างกัน ทั้งในด้านความพร้อมของซัพพลายเออร์, ด้านจำนวนลูกค้า และด้านการแข่งขัน สอดคล้องกับทฤษฎี Five Force ของ Michael e. Porter, 1979 ที่ได้กล่าวถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจ 5 ด้าน ดังนี้ การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry) การคุกคามจากผู้ขายรายใหม่ (Threat of New Entrants) อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers) อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers) และการคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Services) (Peer Power Team, 2561) ในการวิจัยครั้งนี้จึงได้เลือกประชากรเป็นภายในกรุงเทพมหานครเพื่อความเหมาะสม และให้

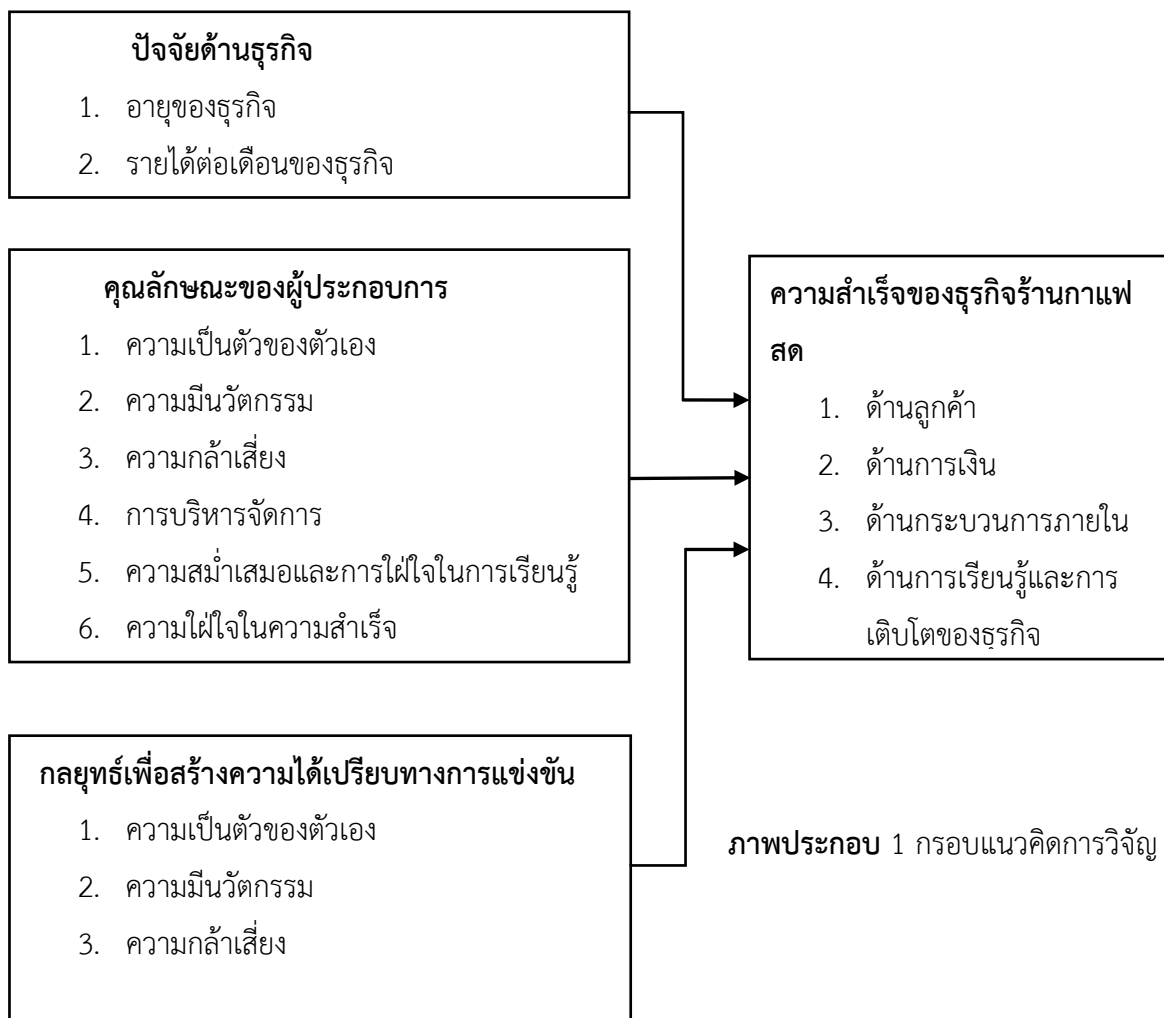
ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณภาพมากที่สุด โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์กรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่ชัด (Infinite Population)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย มาจากการสุ่มตัวอย่างซึ่งมีความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางของทาโร ยามาเน่ (1967) จากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารแพสท ในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ คือ 400 ตัวอย่าง เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงตัดสินใจเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 450 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) โดยมีการเผยแพร่แบบสอบถามออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่างผ่านทางโซเชียลมีเดียทั้ง Facebook และ Instagram เป็นต้น

#### 4. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาการเก็บกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2566 - กันยายน 2566

#### กรอบแนวคิดในการวิจัย



### แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องคุณลักษณะผู้ประกอบการ และการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ผู้วิจัยได้ลำดับหัวข้อเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

- 1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจร้านกาแฟสด
- 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 3 แนวคิด เกี่ยวกับปัจจัยด้านธุรกิจ
- 4 แนวคิด เกี่ยวกับผู้ประกอบการ
- 5 แนวคิด เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ
- 6 แนวคิด เกี่ยวกับการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน
- 7 แนวคิด เกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ
- 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยทำการจัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่างประชากรประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดย่อมที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและมีอายุมากกว่า 18 ปี ขึ้นไป ใช้เกณฑ์กรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากร (Infinite Population)

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาในงานวิจัยนี้ คือ ผู้ประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดย่อมที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและมีอายุมากกว่า 18 ปี ขึ้นไป ใช้เกณฑ์กรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากร (Infinite Population)

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย มาจากการสุ่มตัวอย่างซึ่งมีความเชื่อมั่นร้อยละ 95

และที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางของทาโร ยา มาเน่ (1967) จากผู้ประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ คือ 400 ตัวอย่าง เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงตัดสินใจเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 455 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบ แบบสอบถามและแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาไว้ โดยสามารถแบ่งโครงสร้างแบบสอบถามได้ ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากบทความทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพื่อนำมากำหนดขอบเขตของการวิจัย และสามารถสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัยครั้งนี้ให้มีความครอบคลุมวัตถุประสงค์ทุกข้อของการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ข้างต้น

**ขั้นตอนที่ 2** ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ มาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม และทำการตรวจสอบถึงคำถามในแบบสอบถามว่าแบบสอบถามมีความครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อคัดกรองกลุ่มเป้าหมาย (Screening Questions) จำนวน 3 ข้อ ใช้แบบสอบถามปลายปิด Multiple Choice Questions

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านธุรกิจ จำนวน 2 ข้อ ใช้แบบสอบถามปลายปิด Multiple Choice Questions

ส่วนที่ 3 ใช้เก็บข้อมูลที่วัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการจำนวน 26 ข้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิดโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดของ ลิเคิร์ต (Likert Scale) ประเมินคำตอบโดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวเท่านั้น กำหนดให้แต่ละข้อคำถามมี 5 ตัวลือก ดังต่อไปนี้

5 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยมาก

3 หมายถึง มีความคิดเห็นปานกลาง

2 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น ในช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 4.49 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด



(ธานินทร์ ศิลป์ จารุ, 2548 อ้างถึงใน สุวิทย์ อินเขียน (2559))

ส่วนที่ 4 เป็นการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ จำนวน 12 ข้อเป็นแบบสอบถามปลายปิดโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) ประเมินคำตอบโดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวเท่านั้นกำหนดให้แต่ละข้อคำถามมี 5 ตัวเลือกดังต่อไปนี้

5 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยมาก

3 หมายถึง มีความคิดเห็นปานกลาง

2 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็น ในช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 3.49 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

(ธานินทร์ ศิลป์ จารุ, 2548 อ้างถึงใน สุวิทย์ อินเขียน (2559))

ส่วนที่ 5 เป็นการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าแฟสด จำนวน 16 ข้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิดโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) ประเมินคำตอบโดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวเท่านั้น กำหนดให้แต่ละข้อคำถามมี 5 ตัวเลือก ดังต่อไปนี้

5 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยมาก

3 หมายถึง มีความคิดเห็นปานกลาง

2 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็น ในช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 แปลความหมายว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

(ธานินทร์ ศิลป์ จารุ, 2548 อ้างถึงใน สุวิทย์ อินเขียน (2559))

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามที่ได้ไปปรับปรุงแล้วนำไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อนำไปทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbachs' alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2550: 34 อ้างถึงใน มัชฌิมา ริธาเซ็น (2561)) เพื่อตรวจสอบข้อบกพร่องด้านรูปแบบ ความสอดคล้องของข้อความและความครอบคลุมถึงเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยคำถามข้อใดที่มีความเชื่อมั่นต่ำจะถูกตัดออกไปจนเหลือข้อความที่มีความเชื่อมั่นสูงเท่านั้น โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค ผลความเชื่อมั่นของแต่ละด้าน ดังนี้

1. ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านลักษณะของผู้ประกอบการ
  - 1.1 ด้านความเป็นตัวของตัวเอง เท่ากับ 0.901
  - 1.2 ด้านความมีนวัตกรรม เท่ากับ 0.849
  - 1.3 ด้านความกล้าเสี่ยง เท่ากับ 0.867
  - 1.4 ด้านการบริหารจัดการ เท่ากับ 0.874
  - 1.5 ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ เรียนรู้ เท่ากับ 0.879
  - 1.6 ความใฝ่ ใจในความสำเร็จ เท่ากับ 0.882
2. ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
  - 2.1 ด้านกลยุทธ์ความแตกต่าง เท่ากับ 0.809
  - 2.2 ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำเท่ากับ 0.856
  - 2.3 ด้านกลยุทธ์มุ่งจุดสนใจ เท่ากับ 0.905

และได้ทำการตรวจสอบระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติ KMO ของ ไกอเซอร์ - ไมเยอร์ - ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy โดยได้ค่า KMO เท่ากับ 0.951 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด หาก KMO มีค่ามากกว่า 0.5 ถือว่าตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน เหมาะสมที่จะใช้ Factor Analysis

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปเก็บกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 ตัวอย่าง ตามที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ 5 การลงรหัส (Coding) นำเสนอแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้สำหรับการประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

ขั้นตอนที่ 6 การประมวลผลข้อมูล (Processing) ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วนำมาบันทึกโดยใช้

เครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปในการวิเคราะห์

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่งดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผ่านการทดสอบคุณภาพเรียบร้อยแล้ว
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งความรู้ต่าง ๆ ได้แก่ วารสาร หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และผลการศึกษาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลที่มีการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 อ้างถึงใน วิไลวรรณ ธีระประเสริฐโสภณ (2559))

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage)

$$\text{สูตร} \quad P = \frac{F \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

F แทน ความถี่ที่สำรวจ

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การหาค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\text{สูตร} \quad \bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$  แทน ผลรวมทั้งหมดของข้อมูล

n แทน จำนวนของข้อมูลทั้งหมด

3. การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$\text{สูตร} \quad S = \frac{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2}}{n(n-1)}$$

เมื่อ  $S$  แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum x^2$  แทน ผลรวมของข้อมูลแต่ละตัวยกกำลัง 2

$(\sum x)^2$  แทน ผลรวมของข้อมูลทั้งหมดด้วยยกกำลัง 2

$n$  แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

### สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา ปัจจัยธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ผู้วิจัยสรุปผลได้ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านธุรกิจ ได้แก่ อายุของธุรกิจ และรายได้ต่อเดือนของธุรกิจ

**อายุของธุรกิจ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุธุรกิจที่ น้อยกว่า 2 ปี มีจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมาเป็น มากกว่า 2 ปีแต่น้อยกว่า 4 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 29 และ 4 ปีขึ้นไป จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ตามลำดับ

**รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนของธุรกิจอยู่ที่ 10,000 – 20,000 บาท มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาเป็น 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ตามมาด้วย 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.1 และ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะความเป็นตัวของตัวเองของผู้ประกอบการ** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะความเป็นตัวของตัวเองของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ในด้านมีความตั้งใจและสามารถมองหาโอกาสทางธุรกิจได้ด้วยตนเองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 สามารถทำงานด้วยตนเองและสามารถตัดสินใจได้ในภาวะคับขันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความเป็นผู้นำและมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 สามารถตัดสินใจได้อย่างอิสระด้วยตัวของท่านเองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และความสำเร็จของธุรกิจเกิดขึ้นจากตัวท่านเองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ตามลำดับ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะความมีนวัตกรรมของผู้ประกอบการ** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะความมีนวัตกรรมของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ในด้านมีความคิดอยากเริ่มทำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 มีความคิดสร้างสรรค์และมีจินตนาการมากกว่าผู้อื่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้เพื่อพัฒนาธุรกิจของท่านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และมีการคิดวางแผนรับมือกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่พบเจอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ตามลำดับ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะความกล้าเสี่ยงของผู้ประกอบการ** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะความกล้าเสี่ยงของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ในด้านเต็มใจเข้าไปเกี่ยวข้องกับ การดำเนินธุรกิจที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 มีการประเมินความเสี่ยงก่อนว่าไม่เกินความสามารถของตัวเองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 หาทางเลือกไว้หลายทางเพื่อเป็นแนวทางในการเผชิญกับความเสียมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และกล้าเผชิญกับความเสียมอย่างไม่ย่อท้อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ตามลำดับ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ในด้านมีความสามารถในการบริหารงานและเป็นผู้นำที่ดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 มีความรู้ในเรื่องของหลักการบริหารงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 สามารถรับได้หลายบทบาทเมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และสามารถเริ่มทำทุกอย่างด้วยตนเอง และแบ่งภาระงานต่าง ๆ ให้ลูกน้องได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ตามลำดับ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ในด้านทำการศึกษาและคอยหาความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มเติมอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ไม่ย่อท้อกับปัญหาหรือความผิดพลาดที่ท่านพบเจอมีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 4.17 มีการเรียนรู้จากข้อผิดพลาดที่เคยเกิดขึ้นในอดีตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และสามารถเริ่มทำทุกอย่างด้วยตนเอง และมีการปรึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจกับผู้เชี่ยวชาญมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ตามลำดับ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะความไม่ ใจในความสำเร็จของผู้ประกอบการ** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะความเป็นตัวของตัวเองของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ในด้านชอบทำงานที่มีความท้าทายโดยมีแรงจูงใจที่จะทำงานนั้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ใช้ความสามารถและความรู้ทั้งหมดของท่านในการทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ทุ่มเวลาทั้งหมดให้กับการทำงานและทำงานหนักมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 หากตัดสินใจว่าจะทำแล้วจะทำจนกว่าจะบรรลุผลสำเร็จมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และจะแก้ไขข้อผิดพลาดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ให้ได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ตามลำดับ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการโดยรวม** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ในด้านของความเป็นตัวของตัวเองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ด้านความมีนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ด้านความกล้าเสี่ยงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ด้านการบริหารจัดการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ ใจในการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และด้านความใฝ่ ใจในความสำเร็จมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

**ตอนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันได้แก่ กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งจุดสนใจ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก ในด้านสามารถลดต้นทุนของธุรกิจในส่วนส่งผลให้ต้นทุนของธุรกิจต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 มีการวางแผนทรัพยากรของธุรกิจให้ใช้ได้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 มีการนำเข้าวัตถุดิบครั้งละมากๆและมีคลังสินค้า

สำหรับเก็บวัสดุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ทำการตลาดและผลิตสินค้าขายสำหรับตลาดในวงกว้างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และมีการผลิตสินค้าครั้งละจำนวนมากเพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาดการผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก ในด้านมีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพเหนือกว่าของคู่แข่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 มีการการออกแบบสินค้าให้แตกต่างจากของคู่แข่งเพื่อให้คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ใช้กระบวนการผลิตที่แตกต่างหรือเหนือกว่าของคู่แข่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และมีสินค้าที่ครอบคลุมในสายผลิตภัณฑ์มากกว่าคู่แข่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ตามลำดับ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์มุ่งจุดสนใจสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์มุ่งจุดสนใจสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก ในด้านมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการขายผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 มีการเลือกกลุ่มเป้าหมายเพื่อหลีกเลี่ยงการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดกับคู่แข่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และเล็งเห็นแนวโน้มการเติบโตของกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ตามลำดับ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันโดยรวม** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก ในด้านของกลยุทธ์ต้นทุนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 กลยุทธ์แตกต่างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และ กลยุทธ์มุ่งกลุ่มมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ตามลำดับ

**ตอนที่ 4** การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความสำเร็จของธุรกิจ ได้แก่ ความสำเร็จด้านการเงิน ความสำเร็จด้านลูกค้า ความสำเร็จด้านกระบวนการภายใน และความสำเร็จด้านการเรียนรู้และพัฒนา

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จด้านการเงินของธุรกิจ** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านความสำเร็จของธุรกิจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จด้านการเงินของธุรกิจอยู่ในระดับมาก ในด้านของ มีความพึงพอใจต่อรายได้ของธุรกิจของท่านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ถ้าไรที่ได้รับเป็นที่น่าพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 สามารถควบคุมต้นทุนของธุรกิจท่านได้เป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และมีสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จด้านลูกค้าของธุรกิจ** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านความสำเร็จของธุรกิจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.14 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จด้านการเงินของธุรกิจอยู่ในระดับมาก ในด้านของ มีการเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจกับส่วนแบ่งของกลุ่มมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 เห็นความสำคัญของการรักษารฐานลูกค้าเก่ามากกว่าการหาลูกค้าใหม่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 มีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 และให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 ตามลำดับ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จด้านกระบวนการภายในของธุรกิจ** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านความสำเร็จของธุรกิจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จด้านกระบวนการภายในของธุรกิจอยู่ในระดับมาก ในด้านของ จัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็วและตรงตามเวลาที่ตกลงไว้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 การจัดการและควบคุมวัตถุดิบและมีการบริหารคลังสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 มีการส่งเสริมการตลาดด้วยเครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ตามลำดับ



**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จความสำเร็จ**

**ด้านการเรียนรู้และพัฒนาของธุรกิจ** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านความสำเร็จของธุรกิจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จด้านกระบวนการภายในของธุรกิจอยู่ในระดับมาก ในด้านของ มีการพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่องคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.09 สามารถขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 มีอัตราการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และมีการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ

**ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสำเร็จของธุรกิจ**

**โดยรวม** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ปัจจัยด้านความสำเร็จของธุรกิจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสำเร็จของธุรกิจอยู่ในระดับมาก ในด้านของ ความสำเร็จด้านการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ความสำเร็จด้านลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ความสำเร็จด้านกระบวนการภายในมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และความสำเร็จด้านการเรียนรู้และพัฒนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ผู้ประกอบการที่มีลักษณะของธุรกิจ ประกอบด้วย อายุของธุรกิจ และรายได้ต่อเดือนของธุรกิจ แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.1** ผู้ประกอบการที่มีลักษณะของธุรกิจด้านอายุของธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุของธุรกิจแตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.2** ผู้ประกอบการที่มีลักษณะของธุรกิจด้านรายได้ต่อเดือนของธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดที่แตกต่างกันผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่อเดือนของธุรกิจแตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2** คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

H0: คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

H1: คุณลักษณะของผู้ประกอบการประกอบด้วยความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3** กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำและกลยุทธ์มุ่งจุดสนใจ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

H0: กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำและกลยุทธ์มุ่งจุดสนใจ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

H1: กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำและกลยุทธ์มุ่งจุดสนใจส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการที่มีกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำและกลยุทธ์มุ่งจุดสนใจมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4** ปัจจัยด้านธุรกิจ ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดแตกต่างกัน

H0: ปัจจัยด้านธุรกิจ ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดไม่แตกต่างกัน

H1: ปัจจัยด้านธุรกิจ ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดแตกต่างกัน

สืบเนื่องจากสมมติฐานที่ 1.1 และ 1.2 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีลักษณะ

ของธุรกิจด้านรายได้ต่อเนื่องของธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดไม่แตกต่างกัน จึงทำให้ผู้วิจัยไม่นำตัวแปรด้านปัจจัยธุรกิจมาเป็นปัจจัยในการหาผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใส่ใจในความสำเร็จ และปัจจัยกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน กลยุทธ์ต้นทุน และกลยุทธ์แตกต่าง ที่ส่งผลในทิศทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

### อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัยผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการและการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด มีประเด็นให้อภิปราย ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ผู้ประกอบการที่มีลักษณะของธุรกิจ ประกอบด้วย อายุของธุรกิจ และรายได้ต่อเนื่องของธุรกิจแตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดที่แตกต่างกัน พบว่า

ผู้ประกอบการที่มีอายุของธุรกิจแตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่อเนื่องของธุรกิจแตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลงานวิจัยที่ได้ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษางานวิจัยของ สวลี วงศ์ไชยา และ พิชญาดา พันผา (2561) ที่ได้กล่าวว่า รายได้ต่อเนื่องของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม เนื่องจากธุรกิจที่ใช้ในการศึกษาแตกต่างกันธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นธุรกิจ ที่ผู้ประกอบการเริ่มประกอบธุรกิจหรือมีการขยายช่องทางการจำหน่ายมาสู่ออนไลน์ เนื่องจากการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้ตนเองได้ขึ้นไปอยู่บนพื้นที่ออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น (Nanokledge, 2562) ผนวกกับสถานการณ์โควิด-19 ในปี พ.ศ. 2562 ที่กระทบไปแทบทุกสายอาชีพทำให้หลายๆ คนต้องออกจากงานประจำจนหาอาชีพเสริมเพื่อสร้างรายได้ซึ่งการขยายกาแฟสดถือว่าได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ผู้คนได้หันมาหัดทำและขายเป็นอาชีพเสริมเพื่อหารายได้กันเป็นจำนวนมากทำให้ตลาดกาแฟสดยิ่งเติบโตไวมากขึ้น ธุรกิจร้านกาแฟสดจึงมีอายุธุรกิจน้อย และรายได้ต่อเนื่องของธุรกิจน้อย ไม่มี

การกระจายตัวหรือมีความแตกต่างกันมากนัก ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งเป็นธุรกิจที่มีอายุธุรกิจและรายได้ต่อเนื่องของธุรกิจมากกว่า มีความแตกต่างกระจายตัวกันสูงจากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีต

**สมมติฐานที่ 2** คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด พบว่า

**คุณลักษณะของผู้ประกอบการ** ประกอบด้วย ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ **มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด** ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

ที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวิมพีวีกา เกตุเทียน (2556) พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ มีจำนวน 6 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยความเป็นตัวของตัวเอง ปัจจัยความมีนวัตกรรม ปัจจัยความกล้าเสี่ยง ปัจจัยการบริหารจัดการ ปัจจัยความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และปัจจัยความใส่ใจในความสำเร็จ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของทิบดี ทัพพกรณ์ และ ประสพชัย พสุนนท์ (2562) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ 5 ด้านได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ความใส่ใจในความสำเร็จมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของธุรกิจ

ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันแต่ผลการศึกษานั้นมีความคล้ายคลึงกัน แสดงว่าทุกอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการที่สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน เพื่อช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจและการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ จนไปถึงธุรกิจสามารถเจริญเติบโตและประสบความสำเร็จได้ (วิมพีวีกา เกตุเทียน, 2556)

**สมมติฐานที่ 3** กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำและกลยุทธ์มุ่งจุดสนใจ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

**กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน** ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์มุ่งจุด มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องสิ่งที่ Michael E. Porter ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น นิยมใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและความเป็นผู้นำด้านต้นทุนในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดที่หลากหลายเพื่อที่จะสามารถชนะคู่แข่งในตลาดจนนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจได้ ซึ่งถึงแม้ว่าในปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการจะหันมาประกอบธุรกิจบนออนไลน์มากขึ้นแต่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจร้านกาแฟสด

ก็ยังเลือกใช้กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของ Porter อยู่ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จารุพ ชันธนนท์ และ วสุธิดา นุริตมนต์ (2562) พบว่า กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์มุ่งจุด มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเช่นเดียวกันถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันแต่ผลการศึกษานั้นมีความ คล้ายคลึงกัน แสดงว่าทุกอุตสาหกรรมมีการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมทั้งสิ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อช่วยให้ธุรกิจมีความสามารถที่แตกต่างจากคู่แข่งสู่การเป็นผู้นำการตลาดในธุรกิจดังนั้น การใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจที่เหนือกว่าคู่แข่งด้วยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจนนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจได้ (Healy, Serafeim, Srinivasan, & Yu, 2014 อ้างถึงใน อัจฉรา สุขกลิ่น, เกษราภรณ์ สุตตาทวงศ์, และ นนทิภักดิ์ เพียรโรจน์ (2561)

**สมมติฐานที่ 4** ปัจจัยด้านธุรกิจ ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าแฟสดแตกต่างกัน

สืบเนื่องจากสมมติฐานที่ 1 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีลักษณะของธุรกิจด้านอายุของธุรกิจ และรายได้ต่อเดือนของธุรกิจแตกต่างกัน จะส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าแฟสดไม่แตกต่างกัน จึงทำให้ผู้วิจัยไม่นำตัวแปรด้านปัจจัยธุรกิจมาเป็นปัจจัยในการหาผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเป็นตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใส่ใจในความสำเร็จ และปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ที่ส่งผลในทิศทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าแฟสด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ซึ่งเมื่อมองในภาพรวม จะเห็นว่า มีปัจจัย 2 ตัวที่ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าแฟสด ได้แก่

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการ เนื่องจากธุรกิจร้านค้าแฟสดเป็นธุรกิจใหม่ ที่เกิดจากร้านขายกาแฟสดรูปแบบหน้าร้านย้ายหรือขยายพื้นที่มาทำธุรกิจบนออนไลน์ด้วยหน้าร้านทำขายเฉพาะหน้าร้านรายได้จึงไม่เยอะมากนัก จึงหันมาขายออนไลน์ด้วยเนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้ทำผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการจึงไม่ได้ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าแฟสด แตกต่างจากในอดีตที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบหน้าร้าน ที่ผู้ประกอบการคนเดียวไม่สามารถดูแลต้อนรับลูกค้าได้อย่างทั่วถึงทุกคน ทำให้ต้องมีการจ้างพนักงานเกิดขึ้นเพื่อเข้ามาช่วยให้ธุรกิจสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ (Officemate Admin, 2562) ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องใช้หลักการบริหารจัดการในการบริหารทรัพยากรของธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ในขณะที่ปัจจัยกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันแบบมุ่งเน้น เนื่องจากมูลค่าตลาดกาแฟสด และตลาดธุรกิจบนออนไลน์มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและการโปรโมทโฆษณาบนออนไลน์ส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบของตลาดวงกว้าง โดยกระจายตามกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ประกอบการได้เลือกไว้แล้วผู้ประกอบการจึงไม่จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์มุ่งเน้นมากนัก โดยงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นธุรกิจร้านกาแฟสด เป็นรูปแบบขนาดธุรกิจ SMEs ซึ่งไม่มีความสามารถในการสร้างประโยชน์ได้มากนักจากวิธีการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) ทำให้กลยุทธ์มุ่งเน้นจึงไม่ได้ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ผู้ประกอบการที่ต้องการประสบความสำเร็จในธุรกิจร้านกาแฟสด ต้องมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการอย่างน้อย 5 ด้าน ดังนี้

**คุณลักษณะด้านความเป็นตัวเอง** โดยผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีความเป็นผู้นำมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจ สามารถทำงานและตัดสินใจได้ด้วยตนเอง สามารถตัดสินใจได้ในภาวะคับขัน มีความตระหนักว่าความสำเร็จของธุรกิจนั้นเกิดขึ้นจากตนเอง และคอยมองหาโอกาสทางธุรกิจได้ด้วยตนเอง

**คุณลักษณะด้านความมีนวัตกรรม** ต้องมีความคิดอยากเริ่มทำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ มีการคิดวางแผนรับมือกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ต้องพบเจอ มีความคิดสร้างสรรค์และมีจินตนาการมากกว่าผู้อื่น และมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการพัฒนาธุรกิจของตนเอง

**คุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยง** ต้องการกล้าเผชิญกับความเสี่ยงอย่างไม่ย่อท้อ มีการประเมินความเสี่ยงก่อนลงมือปฏิบัติเพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงนั้นให้ไม่เกินความสามารถของตนเอง หาทางเลือกไว้หลายทางเพื่อเป็นแนวทางในการเผชิญกับความเสี่ยง และเต็มใจเข้าไปเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้

**คุณลักษณะด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ ใจในการเรียนรู้** ต้องทำการศึกษา คอยหาความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มเติมอยู่เสมอ มีการเรียนรู้จากข้อผิดพลาดที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ไม่ย่อท้อกับปัญหาหรือความผิดพลาดที่พบเจอ และควรมีการปรึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจกับผู้เชี่ยวชาญ

**คุณลักษณะด้านความใฝ่ ใจในความสำเร็จ** ต้องมีการแก้ไขข้อผิดพลาดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ให้ได้ เมื่อตัดสินใจว่าทำแล้วนั้นจะทำจนกว่าจะบรรลุผลสำเร็จ มีการทุ่มเทแรงกายและแรงใจและเวลาทั้งหมดให้กับการทำงานโดยใช้ความสามารถ และความรู้ทั้งหมดของตนเองในการทำงาน และต้องมีนิสัยชอบทำงานที่มีความท้าทาย โดยมีแรงจูงใจที่จะทำงานนั้น

แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะของผู้ประกอบการในแต่ละด้าน อ้างอิงตามหลักแนวคิดของ Michael Frese ที่กล่าวถึงคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ประกอบการทั้ง 8 ประการ (Michael Frese, 2000) ซึ่งผู้วิจัยเลือกแนวทางการพัฒนาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสด สามารถทำได้โดย

1. คุณลักษณะด้านความเป็นตัวเอง ผู้ประกอบการต้องเสริมสร้างลักษณะนิสัยความเป็นผู้นำ มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจ เชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ตัดสินใจแนวทางการดำเนินธุรกิจได้ด้วยตนเองและสามารถตัดสินใจได้ในภาวะคับขัน มีการค้นคว้ามองหาโอกาสทางธุรกิจด้วยตนเอง (โชติรส สมพงษ์ และ สาโรช เผือกบัวขาว, 2562) เช่น เริ่มเปิดธุรกิจค้าขายและดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง มีการมองหาคู่ขาย คัดค้นสูตรกาแฟสดขึ้นมาด้วยตนเอง หรือมีการค้นหาช่องทางจำหน่ายใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายให้ธุรกิจเพิ่มมากขึ้น

2. คุณลักษณะด้านความมีนวัตกรรม มีการพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ มีการคิดวางแผนรับมือกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ต้องพบเจอ เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนาตัวสินค้า และมีการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ (โชติรส สมพงษ์ และ สาโรช เผือกบัวขาว, 2562) เช่น ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาในกระบวนการผลิตสินค้า เพื่อทันแรง หรือประหยัดต้นทุน มีการค้นคว้าหาสูตรกาแฟสดใหม่ ๆ จากการค้นคว้าในแหล่งความรู้ เพื่อนำมาคิดค้นจนกลายเป็นสูตรกาแฟสดของตนเอง

3. คุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยง พัฒนาความกล้าพร้อมเผชิญกับความเสี่ยงอย่างไม่ย่อท้อ ศึกษาค้นคว้าเพื่อทำการประเมินความเสี่ยงก่อนลงมือทำ พร้อมหาทางเลือกไว้หลายทางเพื่อเป็นแนวทางในการเผชิญกับความเสี่ยง (โชติรส สมพงษ์ และ สาโรช เผือกบัวขาว, 2562) เช่น ศึกษาหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาลงทุนในธุรกิจ โดยมีการศึกษาหาความรู้จากหลาย ๆ แหล่ง เพื่อนำมาวิเคราะห์และตัดสินใจ

4. คุณลักษณะด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ผู้ประกอบการมีการหมั่นศึกษาหาความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มเติมอยู่เสมอ เรียนรู้จากข้อผิดพลาดที่เคยเกิดขึ้นในอดีตและนำไปใช้ในอนาคต ไม่ย่อท้อกับปัญหาหรือความผิดพลาดที่พบเจอ และควรมีการปรึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ได้ความรู้ในทิศทางที่ถูกต้องหรือได้มุมมองใหม่ ๆ เพิ่มเติม (พนมพร เฉลิมวรรณ, 2559) เช่น หาความรู้จากร้านขายกาแฟสด หรือร้านขายของบนออนไลน์ที่เป็นอุตสาหกรรมใกล้เคียง เพื่อดูรูปแบบการจำหน่าย ตัวสินค้าของร้านอื่น ๆ และนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเอง หรือซื้อหนังสือมาอ่าน และสอบถามจากคนที่มีความรู้เกี่ยวกับด้านนี้โดยตรง

5. คุณลักษณะด้านความใส่ใจในความสำเร็จ ผู้ประกอบการมีการตั้งเป้าหมาย และทำจนกว่าจะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยต้องหมั่นแก้ไขข้อผิดพลาดที่พบเจอ พุ่มเทร่างกายและแรงใจและเวลาทั้งหมดให้กับการทำงานโดยใช้ความสามารถ และความรู้ทั้งหมดในการทำงานเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ

ตามที่มุ่งหวังไว้ (พนมพร เฉลิมวรรณ, 2559) เช่น มีการวางเป้าหมายยอดขายประจำปีของธุรกิจ เพื่อให้เห็นเป้าหมายที่ชัดเจน มีวางแผนการดำเนินธุรกิจ และดำเนินธุรกิจตามแผนเพื่อให้ได้ยอดขายตามที่ตั้งเอาไว้ โดยเป้าหมายที่ตั้งไว้ไม่ควรสูงหรือต่ำเกินไป

2. ผู้ประกอบการที่ต้องการประสบความสำเร็จในธุรกิจร้านกาแฟสด ต้องเลือกใช้กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน 2 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำผู้ประกอบการควรมีการวางแผนทรัพยากรของธุรกิจให้ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่า มีการทำการตลาดและผลิตสินค้าขายสำหรับตลาดในวงกว้างเพราะเป็นวิธีลดต้นทุนของธุรกิจในบางส่วน ส่งผลให้ต้นทุนของธุรกิจต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่น ควรมีการนำเข้าวัตถุดิบครั้งละมาก ๆ และมีคลังสินค้าสำหรับเก็บวัสดุ รวมถึงควรมีการผลิตสินค้าครั้งละจำนวนมากเพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาดการผลิตทำให้ต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งได้

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ผู้ประกอบการควรออกแบบสินค้าให้แตกต่างจากของคู่แข่ง เพื่อให้คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ มีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพเหนือกว่าของคู่แข่ง มีการใช้กระบวนการผลิตที่แตกต่างหรือเหนือกว่าของคู่แข่ง และมีสินค้าที่ครอบคลุมในสายผลิตภัณฑ์มากกว่าคู่แข่ง

แนวทางการสร้างกลยุทธ์ต้นทุนต่ำอ้างอิงตามทฤษฎีของ Porter ที่กล่าวถึงการแสวงหาการประหยัดจากขนาด เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม หรือสิทธิพิเศษในการเข้าถึงวัตถุดิบเพื่อทำให้ต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งได้ (Porter, 1985) ซึ่งสามารถทำได้โดย

1. เพิ่มประสิทธิภาพ เพื่อทำให้เกิด Economy of scale จากการผลิตสินค้าที่เป็นมาตรฐานครั้งละจำนวนมากเพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด (สุพานี สฤษฏ์วานิช, 2553)

เช่น การเปิดรับรายการคำสั่งซื้อเป็นรอบ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ครั้งละจำนวนมาก

2. การพยายามลดต้นทุนของธุรกิจ ด้วยการควบคุมต้นทุนการผลิตสินค้า ต้นทุนการบริการ ต้นทุนการส่งเสริมการขาย (สุพานี สฤษฏ์วานิช, 2553) เช่น มีการประมาณวัตถุดิบให้พอดีกับการผลิตสินค้า เพื่อให้เกิดปัญหาวัตถุดิบเหลือ มีการประเมินค่าใช้จ่ายและกำหนดงบประมาณสำหรับการทำการส่งเสริมการขาย

3. การใช้นวัตกรรม ในด้านการผลิต โดยวางแผนการเลือกใช้นวัตกรรมการผลิตและทรัพยากรของธุรกิจให้ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่า ทำให้เกิดการประหยัดต้นทุนที่ไม่จำเป็นลงได้ และอื่น ๆ อีกหลายปัจจัย เช่น มีการวางแผนกระบวนการผลิตตั้งแต่ วัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสินค้า เป็นต้น และหาแนวทางการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิต

ในขณะที่กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง Porter ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีลักษณะเฉพาะสำหรับแต่ละอุตสาหกรรม ความแตกต่างขึ้นอยู่กับตัวผลิตภัณฑ์เอง



ระบบการจัดส่งโดยที่มีการขาย วิธีการทางการตลาดต่าง ๆ เช่น การโฆษณา เป็นต้น (สุพานี สฤกษ์วานิช, 2553) ผู้เขียนได้ทำการผนวกวิธีการที่เหมาะสมกับธุรกิจร้านอาหารแฟสด (Porter, 1985) สามารถทำได้โดย

1. การเพิ่มคุณภาพเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพการผลิตสินค้าอย่างพิถีพิถันรวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงคุณภาพของตัวสินค้า (สุพานี สฤกษ์วานิช, 2553) เช่น การทำโฆษณาลงบนออนไลน์เกี่ยวกับกรรมวิธีเฉพาะของทางร้าน หรือการนำวัตถุดิบที่ใช้ที่มีคุณภาพมากกว่าคู่แข่ง เพื่อให้ลูกค้าเห็นและเข้าถึงคุณภาพของตัวสินค้า

2. การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ ซึ่งทำได้โดยใช้กระบวนการผลิตด้วยนวัตกรรมที่แตกต่าง ทันสมัย หรือเหนือกว่าของคู่แข่ง มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างสม่ำเสมอ (สุพานี สฤกษ์วานิช, 2553) เช่น การตกแต่งหน้ากาแฟสดด้วยวิธีที่แตกต่างจากคู่แข่งเพื่อให้คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

3. การตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ รวดเร็วและหลากหลาย เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้บริโภค นำเสนอบริการเสริมเพิ่มคุณค่าที่แตกต่างจากคู่แข่งมานำเสนอการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ การบริการที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้เร็ว สามารถอธิบายให้ลูกค้าอย่างถูกต้องและสามารถเข้าใจง่าย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า (สุธาวัลย์ สัจจสมบูรณ์, 2561) เช่น การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า มีการแนะนำกาแฟสดที่คาดว่าจะตรงกับความต้องการของลูกค้า มีการนำเสนอของแถมเพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสกลับมาซื้อซ้ำ

4. การสร้างแบรนด์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีและไม่เปลี่ยนไปใช้สินค้าของคู่แข่งจากการสร้างความแตกต่างด้านความรู้สึกที่มีต่อสินค้าและบริการ โดยหลักทางจิตวิทยา โดยการชี้จุดเด่นของสินค้าหรือบริการ มีตำแหน่งของแบรนด์ที่ชัดเจน เพื่อสร้างเอกลักษณ์เพื่อสร้างความรับรู้ให้ลูกค้าผ่านสัญลักษณ์ สี โดยใช้สื่อและเครื่องมือต่าง ๆ เป็นตัวช่วยในการสร้างการรับรู้ให้ถึงลูกค้า (สุธาวัลย์ สัจจสมบูรณ์, 2561) เช่น สร้างโลโก้ของร้านให้ดูโดดเด่นจากร้านอื่นมีลักษณะเฉพาะของทางร้านรวมถึงโทนสีของร้านควรเป็นโทนคล้ายคลึงกันเพื่อให้ลูกค้าสามารถจดจำร้านได้

#### **ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป**

1. การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะธุรกิจร้านอาหารแฟสดเท่านั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาธุรกิจอื่นๆ ที่มีการประกอบธุรกิจเช่นเดียวกันและเป็นอุตสาหกรรมใกล้เคียง เช่น อาหาร เครื่องดื่ม เป็นต้น และธุรกิจออนไลน์มีความสำคัญ มีความเติบโตของธุรกิจบนออนไลน์อย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ส่งผลให้ธุรกิจที่อยู่บนออนไลน์มีความหลากหลายในอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น

2. การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการที่อาศัยอยู่ภายในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างแหล่งที่อยู่อาศัยอื่นเช่นพื้นที่หัวเมืองใหญ่ เนื่องจากมีความหนาแน่นของประชากรคล้ายคลึงกัน ทั้งนี้โดยพฤติกรรมการแข่งขันของ

พื้นที่กรุงเทพมหานคร และพื้นที่อื่นๆ จะแตกต่างกัน เช่น กรุงเทพมหานครจะมีเครื่องมือในการสนับสนุนมากกว่าพื้นที่อื่นๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมการแข่งขันในกรุงเทพมหานครจะมีการแข่งขันที่สูงกว่าพื้นที่อื่นๆ จากจำนวนประชากรที่หนาแน่นกว่าเป็นต้น

### บรรณานุกรม

กระทรวงพาณิชย์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). รายงานประจำปี 2565. สืบค้นจาก

<http://www.dbd.go.th/>.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ รายงานประจำปี 2565. สืบค้นจาก

<https://www.nso.go.th>

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559). ธุรกิจขายส่งกาแฟ ชา โกโก้. ได้จาก :

<http://www.dbd.go.th/index.php> [สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2566]

food Intelligence Center. (2561). ส่วนแบ่งตลาดขนมอบ ปี 2560. สืบค้นจาก

<http://fic.nfi.or.th/FoodMarketShareInThailandDetail.php?id=264>

Marketeer. (2564). เจาะเทรนด์ธุรกิจปี 2564: กลยุทธ์การปรับตัวของธุรกิจ ตอบโจทย์ความ

ต้องการกลุ่มเงินใหม่ใจร้อน. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/204535>

Marketing Oops. (2563). บทบาท e-commerce ต่อการสนับสนุนการบริโภคของไทยในช่วง

วิกฤตและโอกาสทางธุรกิจที่รออยู่. สืบค้นจาก

Nanoleedge. (2566). แนวโน้มของธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย. สืบค้นจาก

<https://www.nanoleedge.com/แนวโน้มของธุรกิจออนไลน์/>

Narongyod Mahittivanicha. (2565). พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทย 2565. สืบค้นจาก

<https://www.twfdigital.com/blog/2020/04/thailand-internet-user-profile-2019/>

Nott SRT. (2561). Multicollinearity. สืบค้นจาก

<http://reservedsmartresearchthai.zohosites.com/blogs/post/Multicollinearity/>

กรุงเทพธุรกิจ. (2561). Big Data Analysis คนไทยเสพติดกาแฟต้นตลาด “หมื่นล้าน. ได้จาก :

<http://www.bangkokbiznews.com//799859> [สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2566]

กานดา เสือจาศีล. (2555). พฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในจังหวัด

ปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคลธัญบุรี.

- เกษตรอินทรีย์บ้านสวนคุณชาย. (2558). กากกาแฟทำปุ๋ยใส่ต้นไม้. ได้จาก <https://www.facebook.com/Baansuankhunchai/posts/> [สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2566]
- นรินทร์ บุญอาพล. (2556). การตั้งราคาของธุรกิจขนาดย่อยต่อแนวทางการประกอบการธุรกิจร้านค้ากาแฟสด. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปิยะนุช โสภาสพ. (2548). การบริหารการตลาดของธุรกิจร้านค้ากาแฟ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- มนตรี ศรีวงษ์. (2563). แนวโน้มธุรกิจกาแฟเมืองไทย ปี 2563. ได้จาก : <http://www.thaimescenter.com/แนวโน้มธุรกิจกาแฟเมืองไทย-ปี-2565>
- เจษฎา จันทรา. (2562). คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักเอกชนในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). (มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่). สืบค้นจาก [http://www.graduate.cmru.ac.th/core/km\\_file/473.pdf](http://www.graduate.cmru.ac.th/core/km_file/473.pdf)
- โชติรส สมพงษ์, และ สาโรช เผือกบัวขาว. (2562). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 310-327.
- กฤษณ์ ทัพจุฬา. (2558, พฤศจิกายน-เมษายน). ความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 3(2), 108-119. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bkkthon/article/view/33866/28521>
- กาญจนา สมมิตร, และ บุษบา สิทธิการ. (2561, กรกฎาคม - กันยายน). ปัจจัยความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจเพื่อสังคมในการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย. วารสารสุทธิปริทัศน์, 32(103), 81-94. สืบค้นจาก [https://so05.tcithaijo.org/index.php/DPU\\_Suthiparithat\\_Journal/article/view/243473/165226](https://so05.tcithaijo.org/index.php/DPU_Suthiparithat_Journal/article/view/243473/165226)
- กิตติพงษ์ ปัญญาเรือง. (2559). กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance Scorecard ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). (มหาวิทยาลัยศิลปากร). สืบค้นจาก <http://ithesisir.su.ac.th/dspace/bitstream>

- จารุพร ชันธนนท์, และ วสุธิดา นุริตมนต์. (2562, ตุลาคม-ธันวาคม). คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาลูกค้าของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคกลางของประเทศไทย. วารสารสุทธิปริทัศน์, 33(108), 132-144. สืบค้นจาก [https://so05.tcithaijo.org/index.php/DPU\\_Suthiparithat\\_Journal/article/view/242268/164697](https://so05.tcithaijo.org/index.php/DPU_Suthiparithat_Journal/article/view/242268/164697)
- จิรัฐ ชวนชม, และ นางลักษณ โปธิไพจิตร. (2557). ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว กรณีศึกษาธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. Journal of Humanities and Social Sciences, 10(3), 1-16. สืบค้นจาก [https://www.researchgate.net/publication/275772163\\_paccaysukhwamsarecnikarbriharthurkickarthxngtheiywkhxngthurkicnatheiyw\\_krnisuksa\\_thurkicnatheiyw\\_nikhethkrungthepmhanghr\\_Key\\_Success\\_Factor\\_towards\\_Management\\_Business\\_of\\_Tourism\\_Business\\_Case\\_Study\\_o#fullTextFileContent](https://www.researchgate.net/publication/275772163_paccaysukhwamsarecnikarbriharthurkickarthxngtheiywkhxngthurkicnatheiyw_krnisuksa_thurkicnatheiyw_nikhethkrungthepmhanghr_Key_Success_Factor_towards_Management_Business_of_Tourism_Business_Case_Study_o#fullTextFileContent)
- ชาคริต ดิเรกวัฒนชัย. (2553). ชีวิตทันสมัย ชีวิตเร่ร่อนแต่ต้องดูดี. สืบค้นจาก [https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/FQ149\\_p092-94.pdf](https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/FQ149_p092-94.pdf)
- ณภัทร ทิพย์ศรี, ภัทราพร สมเสมอ, และ กนกอร จิตจา นงค์. (2560, มกราคม-มีนาคม). ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดเชียงราย. วารสารบัญชีปริทัศน์ 2(1), 1-14. สืบค้นจาก [https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JAR\\_CRRU/article/view/244135/165512](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JAR_CRRU/article/view/244135/165512)
- ทิปดี ทัพพรหมณ์, และ ประสพชัย พสุนนท์. (2562, มกราคม-มิถุนายน). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน). วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 9(1), 106-117. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/e-jodi/article/view/204675/142573>
- ธารา ทวีโภค. (2558). คุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. สืบค้นจาก <http://cms.dru.ac.th/jspui/handle/123456789/1296>
- นงเยาว์ อินทะนาม, อาภาศรี พ่อคำ, และ กรกนก ดลโสภณ. (2563, ตุลาคม-ธันวาคม). การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 12(4), 82-95.

- นราเขต ยิ้มสุข. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม : กรณีศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ)
- บุญทวรรณ วิงวอน. (2555). ศักยภาพชุมชนและการมีส่วนร่วมในการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไม้ อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง. สืบค้นจาก <https://dric.nrct.go.th/Search/ShowFulltext/2/269858>
- ปวีณา พานิชชัยกุล. (2562). รูปแบบคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเครื่องดื่มชาสมุนไพรกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร.(ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. จารุพันธ์ จิระรัชนิรมย์. (2560). ร้านกาแฟคึกฤทธิ์ที่1พรีเมียม. ได้จาก : <https://www.posttoday.com/market/news/484096>
- ฐานเศรษฐกิจ. (2556). ดาวคือพีพี ขึ้นพรีเมียมประเดิมส่ง “เดอะทีรูม” ชนสตาร์บัคส์. ได้จาก : from <http://www.thanonline.com>
- Aaker, D. A., Kumar, V. and Day, G. S. (2004). Marketing Research. John Wiley & Sons.
- Blackcanyonthai. (2557). ความเป็นมาของแบล็คแคนยอน. Retrieved from [https://blackcanyonthai.com/about\\_us.aspx?lang=TH](https://blackcanyonthai.com/about_us.aspx?lang=TH)
- Black, K. (2006). Business Statistics: for Contemporary Decision Making. New York: John Wiley & Sons.
- Blazek, J. (2008). Nonprofit Financial Planning Made Easy. USA: John Wiley & Sons.
- Brown, N. (2014). Transforming Leader in Hospitals by Exploring Leadership Practices for Organizational Success. USA: Drexel University.
- Chen, A., Peng, N. and Hung, K. P. (2015). Managing salespeople strategically when promoting new products – incorporating market orientation into a sales management control framework. Industrial Marketing Management,47, 147-155.
- Cochran, W.G., (1953). Sampling Techniques. New York : Johe Wiley & Sons.
- Dalrymple,D.J. and Cron, W. L. (2004). Sales Management. New Jersey: John Wiley